

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Komputerisasi Akuntansi
Skripsi Sarjana Komputer
Semester Genap tahun 2009/2010

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM E-MARKETING PADA MAWAR BRIDE

Heman Raditya Agustsaputra 1000838381

Denissa Djelita Ayodhyaputri 1000867255

Andhika Putra Sugiharto 1000879223

Abstrak

TUJUAN PENELITIAN yaitu Merancang suatu aplikasi berbasis *web* untuk membantu perusahaan dalam menjual sekaligus memasarkan produknya serta merancang *website* yang mudah diakses dan fitur-fitur yang mudah digunakan oleh pelanggan dalam mengakses *website*, melakukan pemesanan secara *online* dan juga membantu pelanggan menyampaikan keluhan ataupun pertanyaan kepada pihak perusahaan.

METODE PENELITIAN yang digunakan adalah studi pustaka untuk mengumpulkan data-data yang bersifat teoritis dan melakukan survei lapangan untuk mendapatkan data primer. Metode analisis dengan menggunakan metode analisis lingkungan internal dan eksternal (SWOT), analisis CSF (*Critical Success Factor*), dan tahap 1-3 *e-marketing*. Sedangkan metode perancangan data menggunakan tahap 4-7 *e-marketing*, rancangan layar, rancangan *database*, rancangan laporan.

HASIL YANG DICAPAI terhadap sistem yang sedang berjalan ditemukan beberapa kelemahan-kelemahan yang dapat menghambat kegiatan perusahaan seperti kesulitan pelanggan dalam melakukan pemesanan, pemasaran yang masih manual, sistem transaksi yang masih manual serta belum adanya sarana yang menampung kritik dan saran.

SIMPULAN yaitu dengan adanya *website* ini diharapkan dapat mendukung kegiatan perusahaan khususnya di bidang pemasaran sehingga dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan jumlah pelanggan, serta menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan dan yang pasti untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam tujuannya mencapai visi dan misi perusahaan.

Kata Kunci

Internet, e-marketing, Object Oriented Activity Diagram (OOAD), SWOT, Critical Success Factor, Tujuh Tahapan e-marketing